

ABSTRAK

Dinas Pariwisata Provinsi DIY menggunakan website dalam mempromosikan pariwisata Yogyakarta. Pengelolaan website tersebut dilakukan melalui manajemen back office dan front office. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan back office dan front office website tersebut, dan juga untuk mengetahui apakah website yang dikelola tersebut sudah cukup efektif sebagai bagian dari strategi promosi pariwisata di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan narasumber. Data sekunder seperti dokumen dan arsip tentang website www.visitingjogja.com. Juga dikumpulkan untuk melengkapi hasil wawancara. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 bagian Manajemen/pengelolaan website di Dinas Pariwisata Provinsi DIY (www.visitingjogja.com), yaitu *back office* dan *front office*. Pengelolaan website dilakukan oleh Sub bagian Program dan Informasi yang dilakukan oleh 3 orang yang bertindak sebagai Admin yang bertugas mengupdate informasi terbaru seputar Pariwisata Yogyakarta. Di dalam desain back office website, admin dibantu oleh pihak ke 3 yaitu Singcat Network yaitu perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang Teknologi Informasi yang juga merupakan hosting dari website ini. Pengelolaan *front office website* yang berupa gambar, table, layout, peta, content, design dan warna semua dilakukan oleh pihak ketiga (singcat network). Berdasarkan data statistik yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi Pariwisata Yogyakarta melalui media *Internet* (website www.visitingjogja.com) dikatakan efektif. Secara ketentuan teknis *websites* Dinas Pariwisata Provinsi DIY yang menjadi objek penelitian telah mengikuti beberapa standar yang diperlukan dalam pembangunan *web* sebagai media komunikasi dan informasi.

ABSTRACT

Tourism Department of Yogyakarta Province uses website in promoting tourism in Yogyakarta. Management of the website is done through the management of back office and front office. The purpose of this study was to determine the management of back office and front office, and also to find out whether the website that has been managed is effective as part of a tourism promotion strategy in Yogyakarta. The method used in this study is a qualitative descriptive method. Data collection techniques used in this study are interviews with website administrator. Secondary data such as documents and archives on the website www.visitingjogja.com. also were collected to complete the data. Data analysis techniques used in this research is data . The data validity is done by triangulation data. The results showed that there are 2 parts of website management at the Yogyakarta Provincial Tourism Office (www.visitingjogja.com), they are the back office and front office. Management of the website is done by subsections of Program and Information which consist of 3 persons, as website administrators in charge of updating the latest information about tourism in Yogyakarta. In the back office website design, website administrator helped by the third party that is Singcat Network (a national private company engaged in the field of Information Technology) who is also the hosting of this website. Front office of website management, such as pictures, tables, layouts, maps, content, design and color are also done by third parties (singcat network). Based on statistical data obtained in this study can be concluded that the promotional activities of Yogyakarta Tourism Office through the website www.visitingjogja.com is said to be effective. In technical terms, DIY Provincial Tourism Office websites which is the object of research has followed some of the standard requirement of web development as a medium of communication and information.